

Globalisasi perekonomian membawa dampak pada perubahan lingkungan bisnis ke arah pentingnya pelayanan sebagai sumber keunggulan kompetitif perusahaan. Dalam era ekonomi berbasis pelayanan, pelayanan yang unggul, (*service excellence*) menjadi kunci penentu kesuksesan perusahaan untuk membangun kekuatan persaingan dan memenangkan persaingan bisnis. Buku ini memaparkan berbagai strategi untuk mencapai pelayanan yang unggul, pengembangan kapabilitas internal perusahaan (baik melalui adopsi praktik – praktik manajemen modern seperti *total quality management*, pengembangan kompetensi bidang fungsional, maupun adopsi teknologi). Buku ini sangat bermanfaat baik bagi kalangan mahasiswa, akademisi, dan khususnya para praktisi untuk mencermati kondisi persaingan bisnis saat ini, strategi pelayanan dan pengembangan produk yang dapat dilakukan perusahaan, dan beberapa kasus yang menunjukkan kisah sukses perusahaan kelas dunia dan perusahaan di Indonesia dalam melakukan inovasi produk.

